

# Il ruolo del capitale sociale in agricoltura e le nuove sfide dell'economia globale

Leonardo Becchetti, Università di Tor Vergata

- Il contesto e le sfide
- I fattori di competitività nel nuovo contesto
- Il valore del capitale sociale
- Alcune risposte del settore

- Generatività imprenditoriale la molla per stimolare le motivazioni intrinseche
- La sostenibilità oggi non è più una questione di marketing. Ormai né i consumatori, né gli investitori ti lasciano scampo se non sei realmente sostenibile" (Michele Ziosi, IVECO)

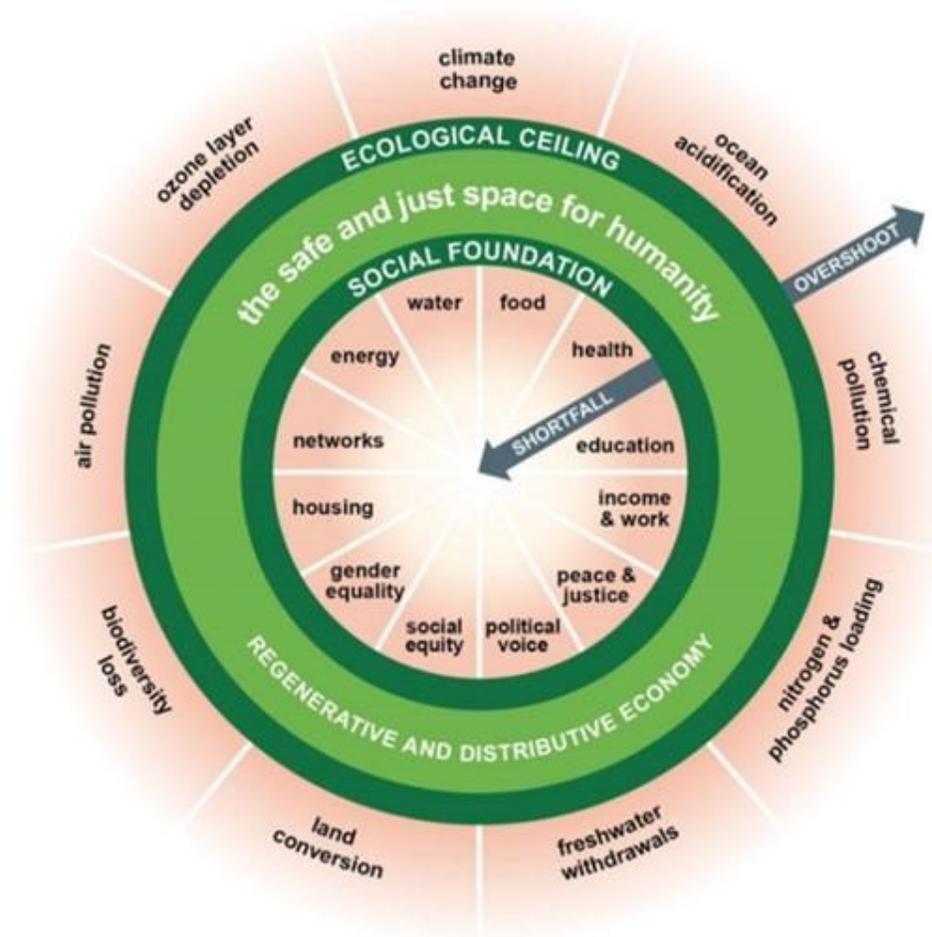
# Abstract

- La globalizzazione mette le nostre imprese in concorrenza con competitor a bassissimo costo del lavoro. Le nostre società si polarizzano con gli high skilled che cavalcano la globalizzazione e i medium-low skilled che ne sono travolti. I primi diventano cercatori di senso sofisticati che domandano prodotti complessi i secondi ricorrono più alle commodities e al low cost. Le nostre aziende agricole dunque sono in difficoltà nei mercati delle pure commodities dove non possono competere per il prezzo. Possono però crearsi nuove nicchie di prodotto dove sostenibilità, tracciabilità, salute e stili di vita diventano nuovi fattori competitivi. La sostenibilità ambientale è anche fondamentale per minimizzare rischi futuri. La capacità di cooperare è e resta un altro fattore competitivo fondamentale per creare economie di scala (su marketing, commercializzazione, ecc.) e competere nel contesto globale

Il sistema socioeconomico è inerentemente instabile. Con due gomme gonfie e due sgonfie rischia di finire fuori strada...



# L'economia della «ciambella»



Le 11 dimensioni della dimensione sociale sono illustrative e si basano sulle priorità dei governi per Rio + 20. Le nove dimensioni del confine ambientale si basano sui confini planetari stabiliti nel testo di Rockström et al (2009b).

Fonte: Kate Raworth (2017)

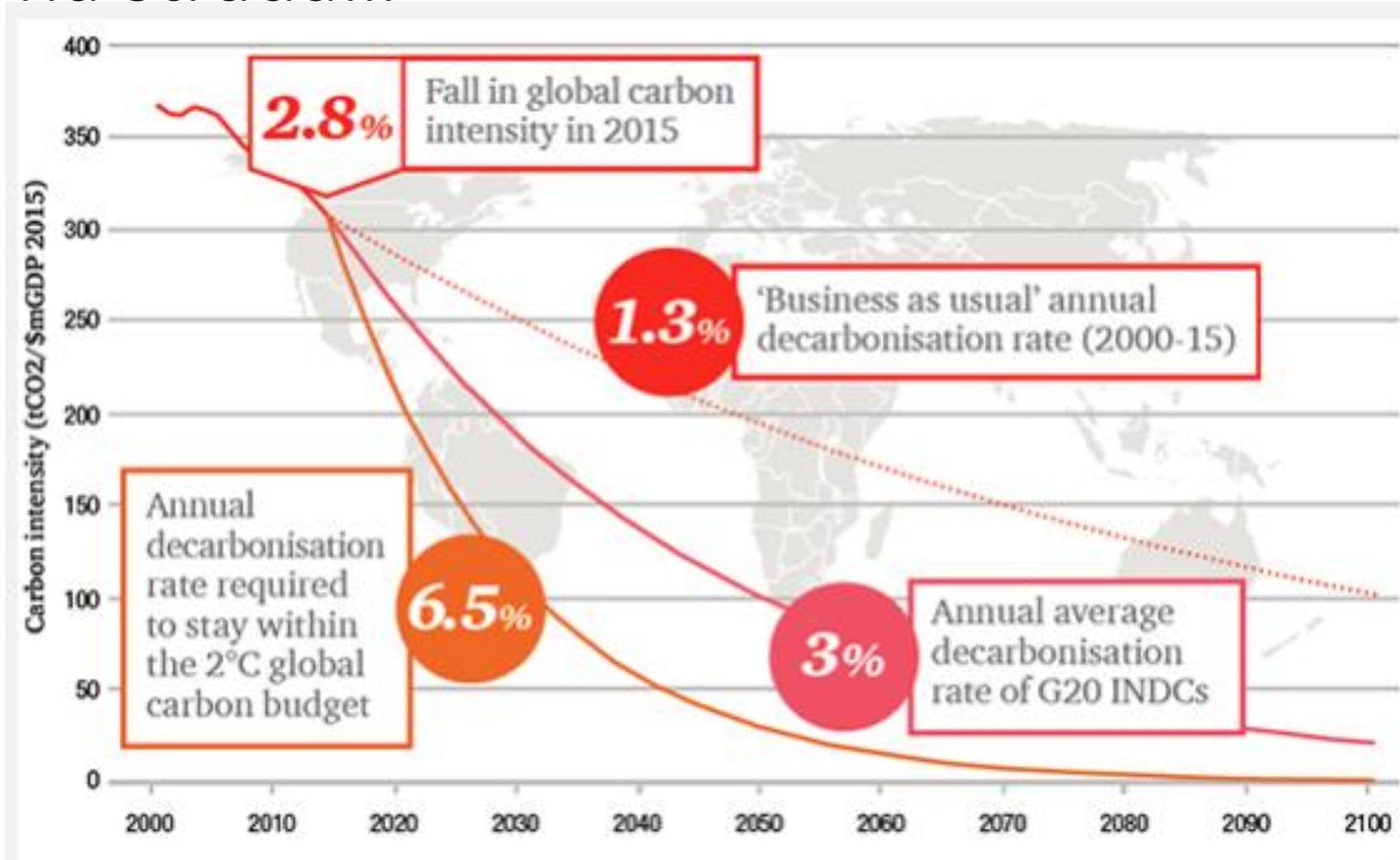
Dall'equazione di Kaya. Il problema ambientale (i tre corni del dilemma) (la ciambella si può allargare

$$\begin{array}{|c|} \hline \text{Variazio} \\ \text{ne} \\ \text{inquina} \\ \text{mento} \\ \hline \end{array} = \begin{array}{|c|} \hline \text{Variazione della} \\ \text{popolazione} \\ \hline \end{array} \times \begin{array}{|c|} \hline \text{Variazione} \\ \text{del reddito} \\ \text{pro capite} \\ \hline \end{array} \times \begin{array}{|c|} \hline \text{Variazione} \\ \text{efficienza} \\ \text{energetica} \\ \text{produzione} \\ \hline \end{array}$$

<b>Scuole di pensiero</b>	<b>Neomalthusiani</b>	<b>Decrescita</b>	<b>Sviluppo sostenibile</b>
---------------------------	-----------------------	-------------------	-----------------------------

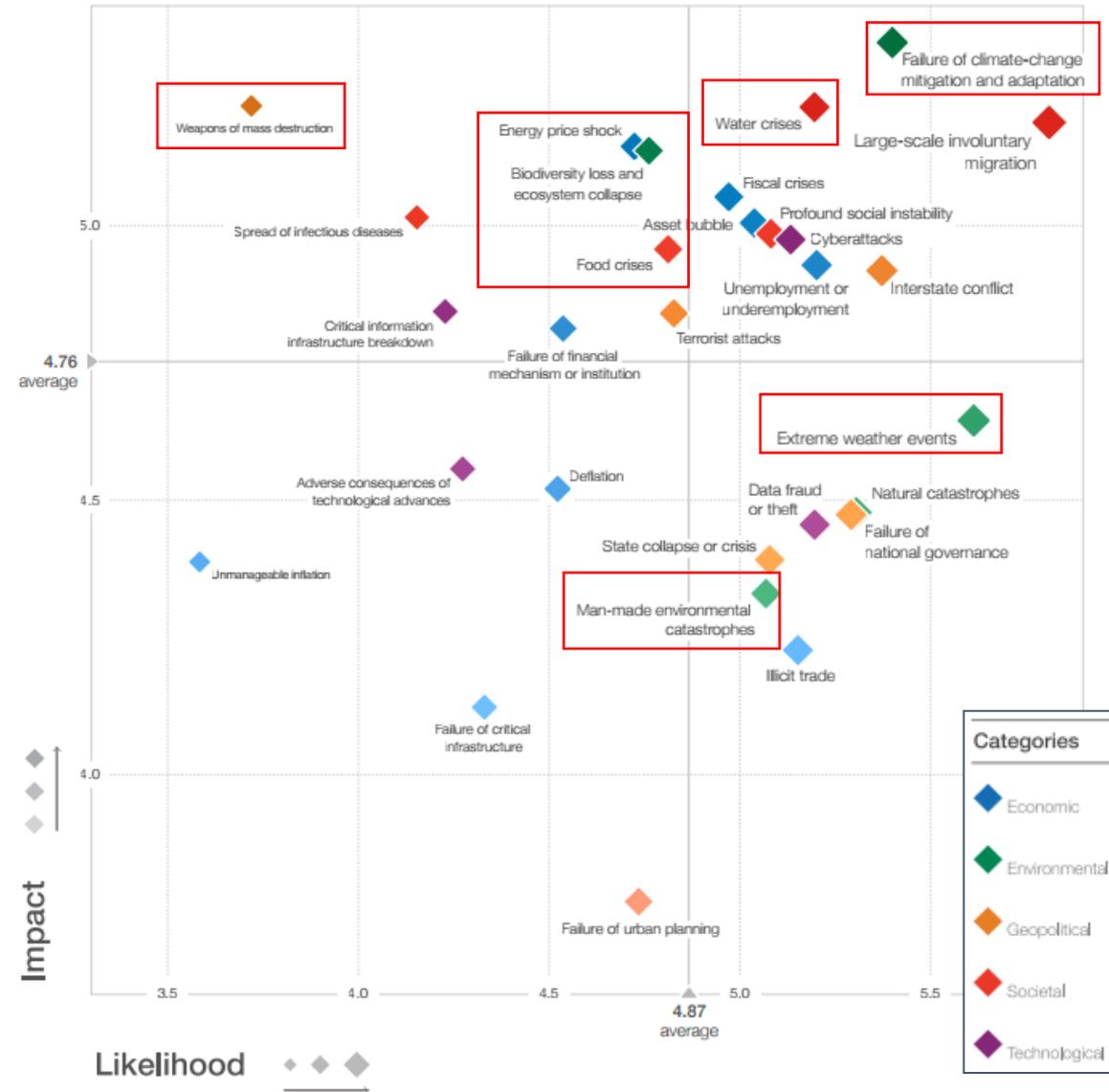
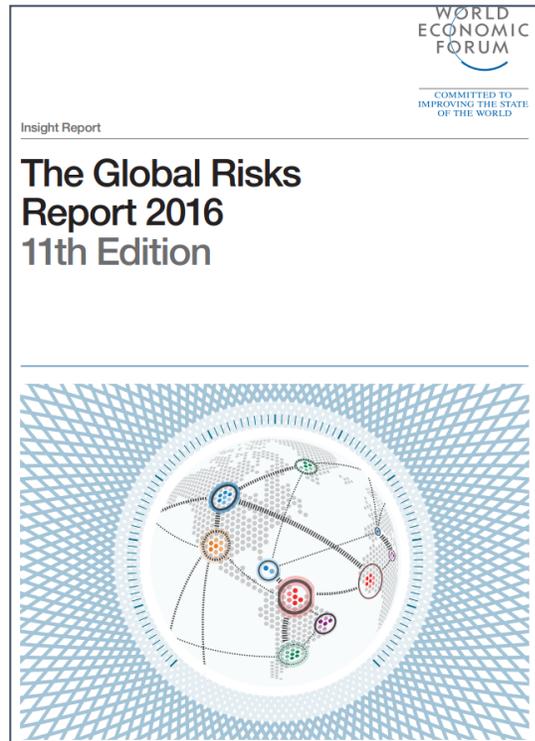
- In rosso l'unica proposta politicamente sostenibile
- Come? Modificando mix produttivo verso ec. circolare, fonti rinnovabili, dematerializzaz. Produzione..in Italia già 2/3 Pil da socio-assistenziale, istruzione e settore cultura

Cambiare indicatori x superare schizofrenia...la carbon footprint del Pil ci dice se siamo sulla buona strada...



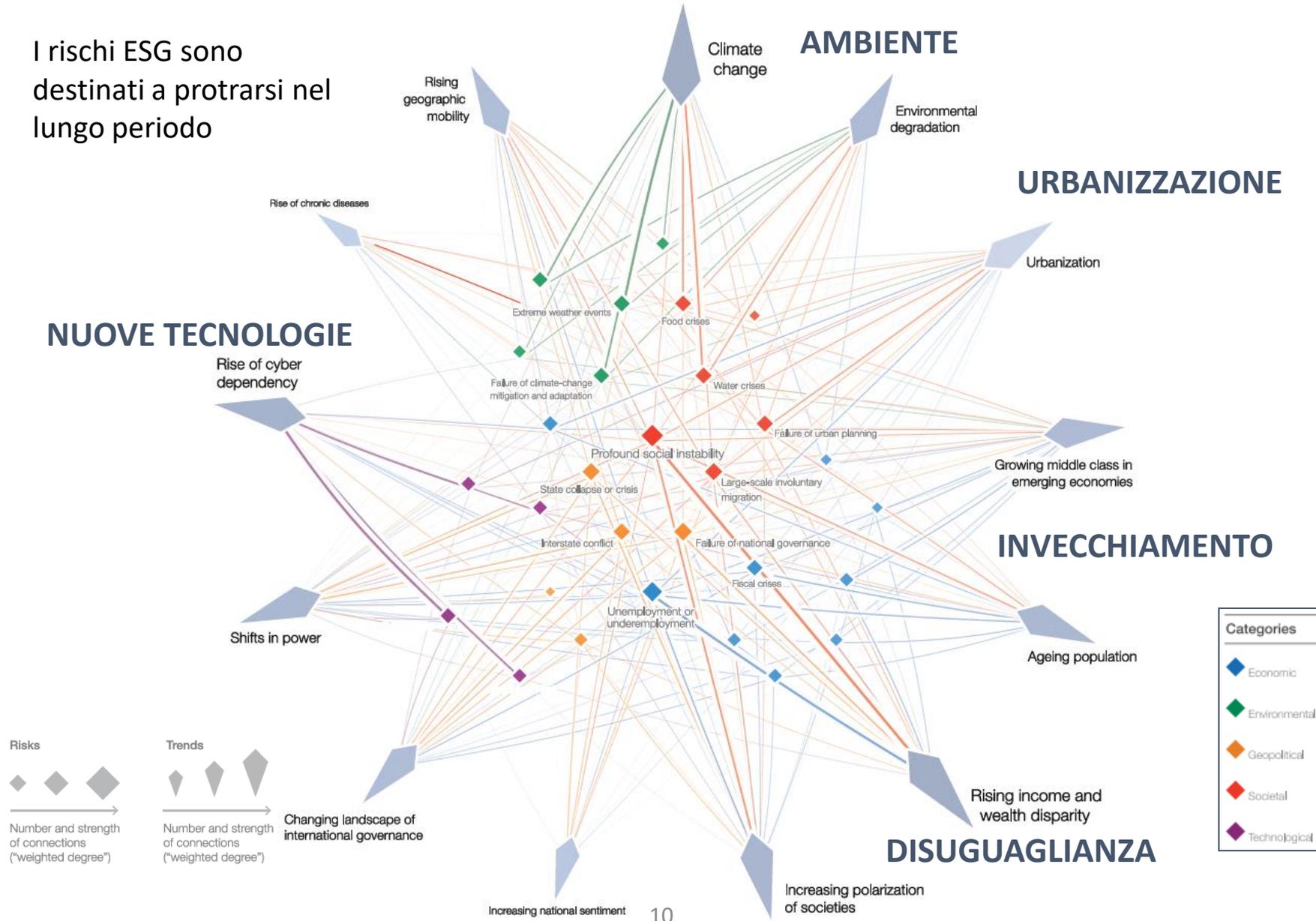
# I rischi ESG diventano sempre più rilevanti

Molti dei rischi emergenti e considerati rilevanti dalla comunità economica internazionale sono legati al tema della sostenibilità ambientale

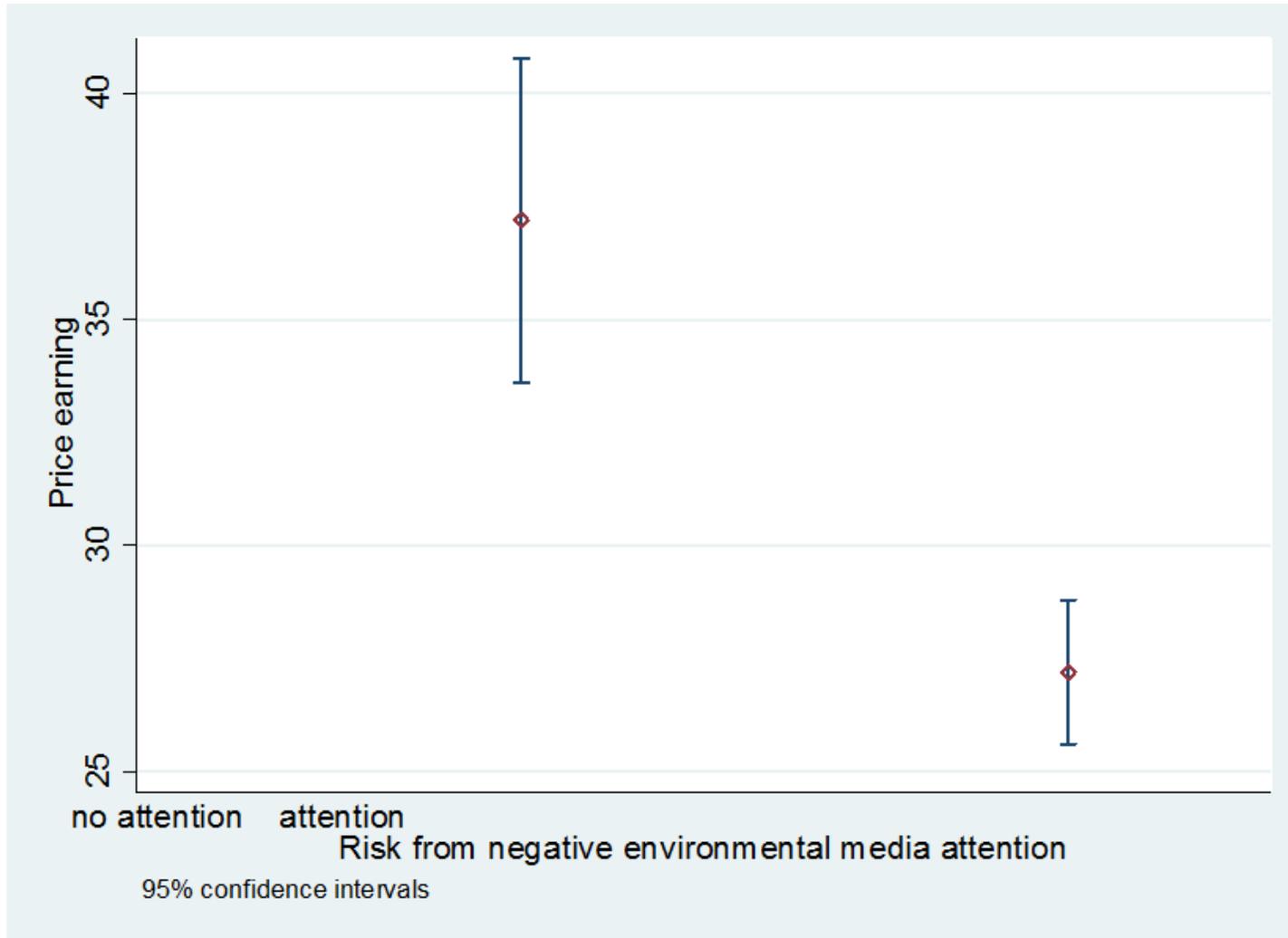


# *I rischi ESG sono legati a trend di lungo periodo*

I rischi ESG sono destinati a protrarsi nel lungo periodo



# Disciplina di mercato e resp. ambientale



Legend: average price-earning ratio for the 2007-2016 period with monthly data for companies with zero environmental RepRisk indicator (on the left) and with top 20% environmental RepRisk indicator (on the right)  
26700 observations

Tesla vs Ford

Ilva vs West Alpine (Linz)

# La classifica Oxfam sulla resp. ambientale delle 10 maggiori imprese alimentari mondiali

0-1 Molto debole 2-3 Debole 4-5 In via di miglioramento 6-7 Discreti 8-10 Buono

Classifica	Azienda	Punteggio	Terra	Donne	Agricultori	Braccianti	Clima	Trasparenza	Acqua	Totale
1	Nestlé	64%	5	5	6	7	8	7	7	45/70
2	Unile	63%	5	5	8	7	7	6	6	44/70
3	Coca-Cola	54%	7	6	2	6	6	5	6	38/70
+2 =4 =6	Mondelēz	33%	3	5	4	3	2	3	3	23/70
=4	PEPSICO	33%	2	2	3	3	6	3	4	23/70
=6 =6	DANONE	31%	1	1	2	3	5	5	5	22/70
-1 =6	MARS	31%	1	4	4	3	4	4	2	22/70
8 =8	Kellogg's	29%	2	3	1	1	4	4	5	20/70
+1 9 10	Associated British Foods plc	27%	3	2	2	3	4	3	2	19/70
-2 10 =8	GENERAL MILLS	21%	2	1	2	2	2	2	4	15/70



Il cartello con la classifica viene apposto all'entrata dei supermercati...nei due mesi successivi l'azienda prima in classifica guadagna circa il 6 per cento di quota di mercato e le ultime 3 perdono circa il 15 per cento (Becchetti, Salustri, Scaramozzino, 2017)

In circa 20 supermercati l'informazione sulla responsabilità ambientale del prodotto aumenta significativamente la quota di mercato senza variare né i prezzi né la gamma dei prodotti venduti  
Becchetti, Salustri, Scaramozzino (2017)



## Perché comprare Vivi Verde

Questo prodotto proviene interamente da agricoltura biologica ed è stato progettato e realizzato tenendo conto del suo impatto ambientale. Acquistando questo prodotto ad un giusto prezzo stai promuovendo le politiche dei produttori in favore dell'ambiente. Un mondo più pulito conviene anche a te.

C.I.COOP VIVERDE MAXIR.4ROT.

2.00 €  
al pz. 01

**2,00 €**

a conf.

0100661628900-39 C.14 8001120823625

1 14 15 05 09:00

## ...un nuovo Documento di Economia e Finanza (3)

Per ora è stata predisposta “una soluzione provvisoria in vista delle prime scadenze del ciclo di bilancio 2017” così articolata:

### INDICATORI SPERIMENTALI DEL BENESSERE

	Consuntivo			Tendenziale				Programmatico			
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2017	2018	2019	2020
Reddito medio annuo disponibile (migliaia di €)	21,2	21,4	21,7	22,2	22,7	23,2	23,8	22,2	22,8	23,3	23,9
Tasso di mancata partecipazione al lavoro	22,9	22,5	21,6	21,0	20,6	20,2	19,5	21,0	20,5	19,9	19,2
<i>di cui: uomini</i>	19,3	19,0	18,2	17,8	17,5	17,2	16,8	17,8	17,4	17,0	16,4
<i>donne</i>	27,3	26,8	25,9	25,0	24,4	23,8	23,0	25,1	24,3	23,6	22,7
Indice di disuguaglianza del reddito disponibile	6,8	6,4	6,4	6,2	6,1	6,0	6,0	6,2	6,0	5,9	5,8
Emissioni di CO2 e altri gas clima alteranti (tonnellate)	7,0	7,2	7,4	7,5	7,5	7,5	7,6	7,4	7,4	7,5	7,5
<i>memo: PIL procapite (migliaia di €)</i>	25,4	25,6	25,9	26,2	26,4	26,7	27,0	26,1	26,4	26,7	27,0

Fonte: Elaborazioni MEF su dati ISTAT.

scenario a  
politiche vigenti

scenario che  
inglobi le politiche  
introdotte nel DEF

# SDGS E FINALITA' PER LE IMPRESE COESIVE



# THE MONTRÉAL CARBON PLEDGE

By signing the Montréal Carbon Pledge, investors commit to measure and publicly disclose the carbon footprint of their investment portfolios on an annual basis.

The Pledge was launched on 25 September 2014 at [PRI in Person](#) in Montréal, and is supported by [the Principles for Responsible Investment \(PRI\)](#) and the [United Nations Environment Programme Finance Initiative \(UNEP FI\)](#).

Overseen by the PRI, it has attracted commitment from over 120 investors with over US\$10 trillion in assets under management, as of the United Nations Climate Change Conference (COP21) in December 2015 in Paris. Support for the Montréal Carbon Pledge comes from investors across Europe, the USA, Canada, Australia, Japan, Singapore and South Africa. The Montréal Carbon Pledge allows investors (asset owners and investment managers) to formalise their commitment to the goals of the [Portfolio Decarbonization Coalition](#), which mobilises investors to measure, disclose and reduce their portfolio carbon footprints. Over US\$100 billion has been committed to this as of COP21.

## Carbon footprint

### Investire in Etica Azionario fa risparmiare emissioni

100 € investiti nel mercato di riferimento: 501 kg CO<sub>2</sub>e 

100 € investiti in Etica Azionario: 28 kg CO<sub>2</sub>e 

Risparmio per 100 € investiti in Etica Azionario **473 kg CO<sub>2</sub>e**

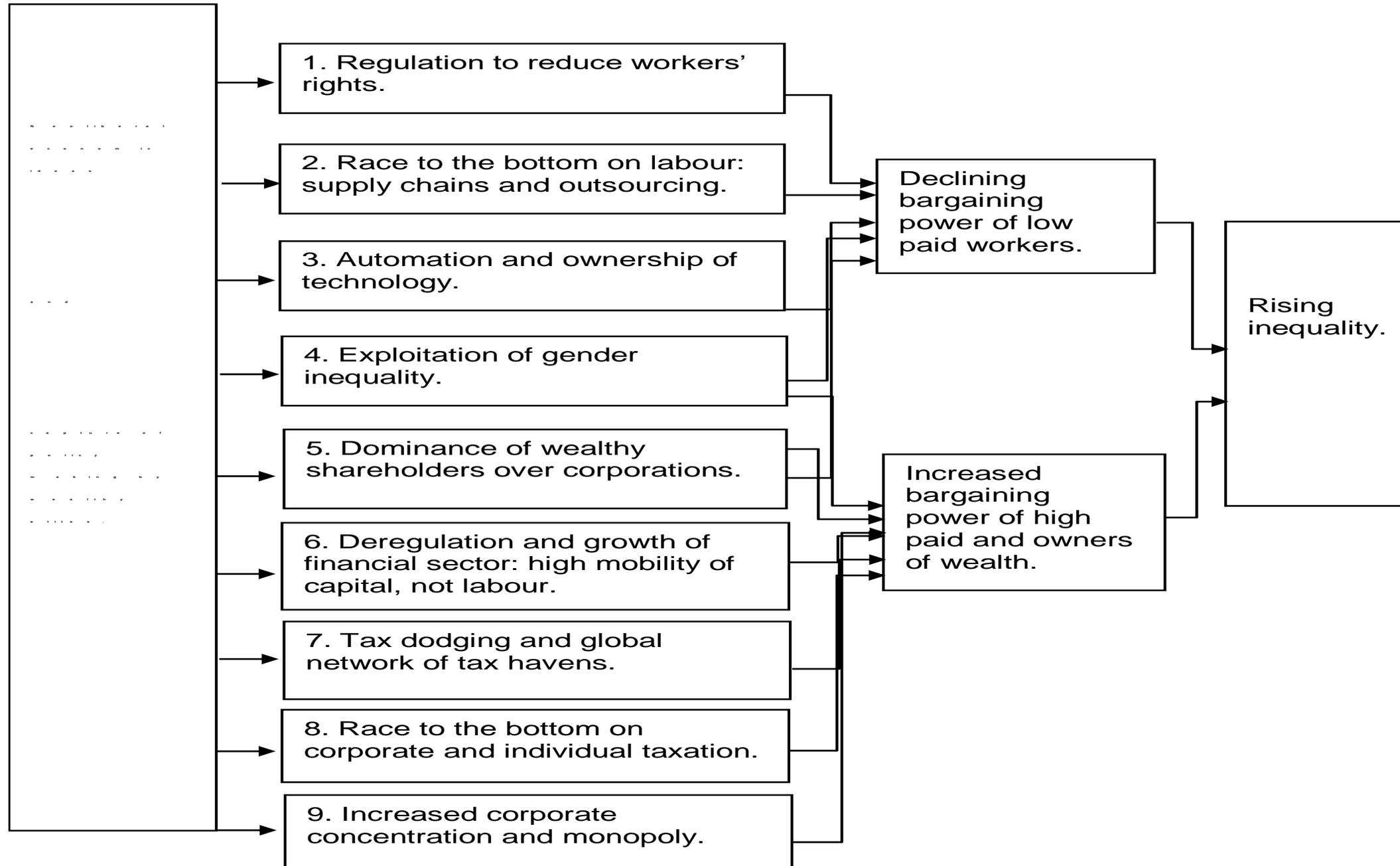
Milano



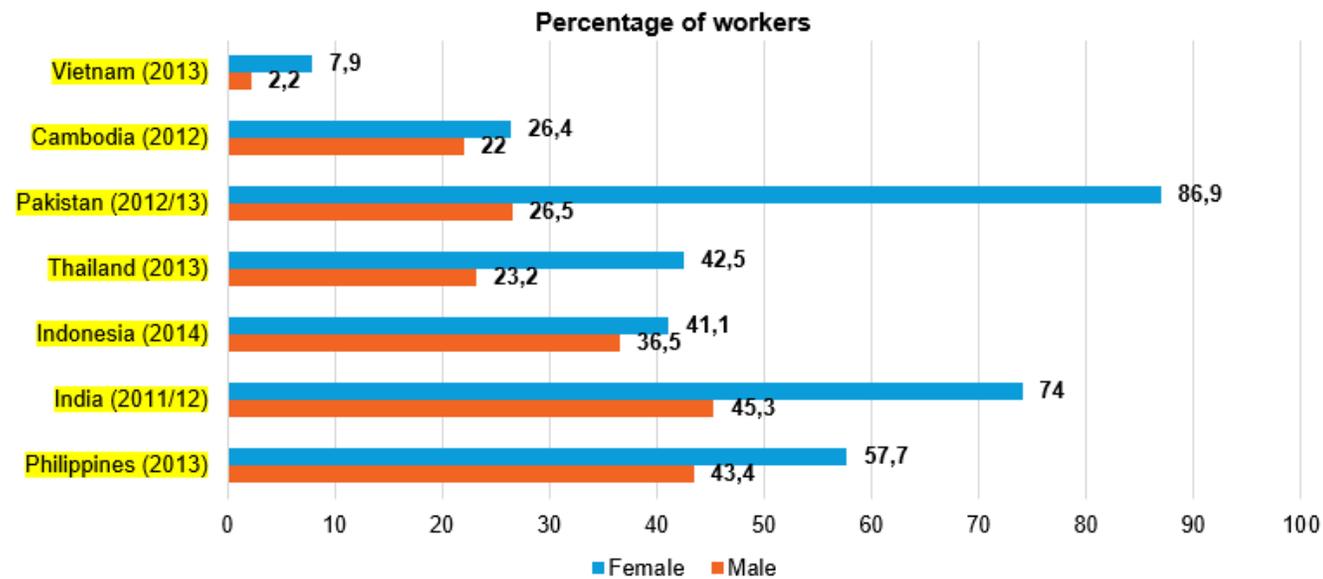
Dubai



**Figure 12: The prevailing conditions leading to inequality**



**Figure 10: Non-compliance rates with the minimum wage in the garment sector by gender, lower bound estimates**



Source: Cowgill, M. and P. Huynh. (2016). *Weak Minimum Wage Compliance in Asia's Garment Industry*. Asia-Pacific Garment and Footwear Sector Research Note Issue 5| August 2016. Retrieved 6 September 2017, from [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/documents/publication/wcms\\_509532.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/documents/publication/wcms_509532.pdf)

**Figure 8: Comparison of minimum wage and living wage in selected garment-producing countries, 2014**

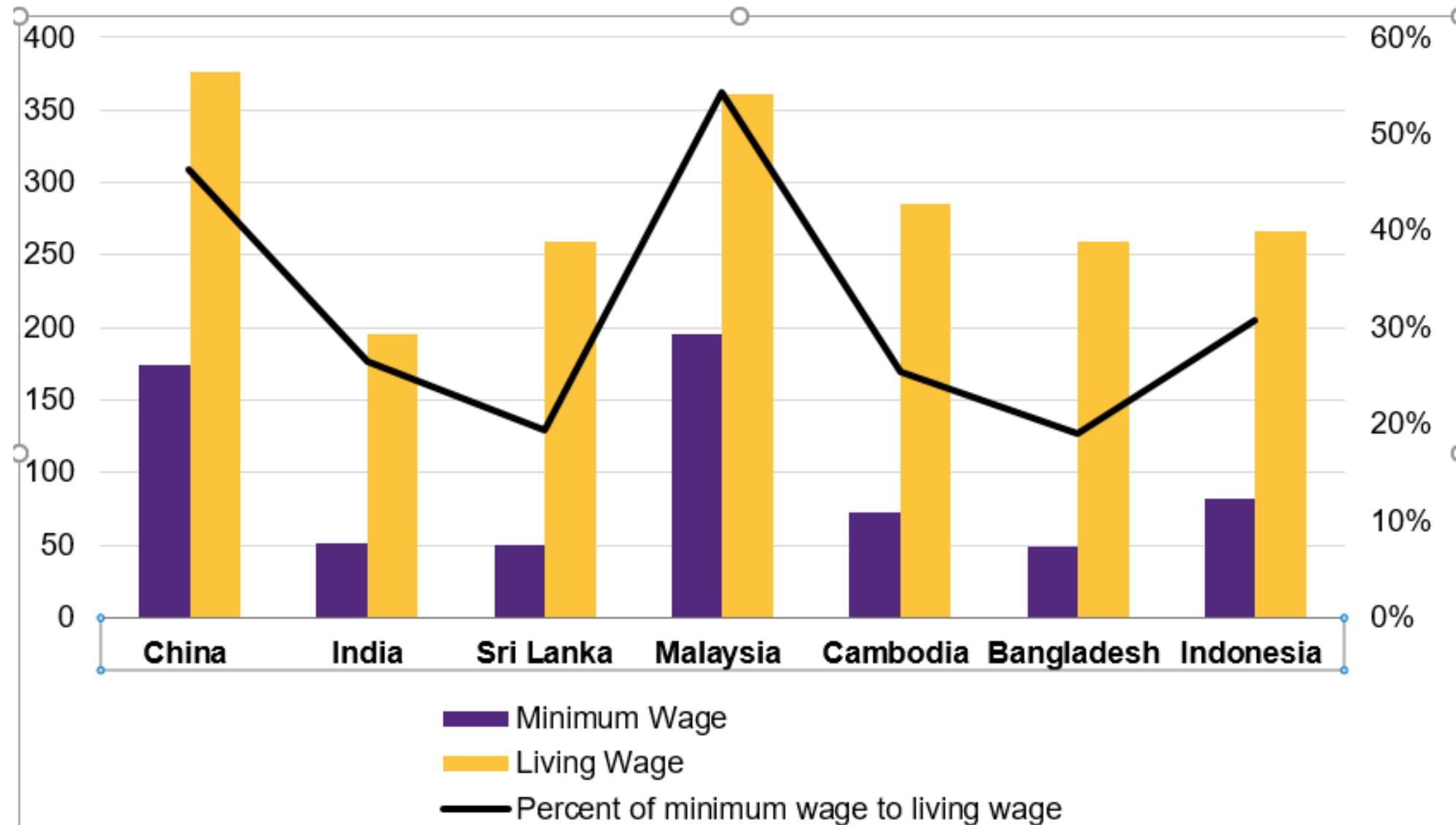
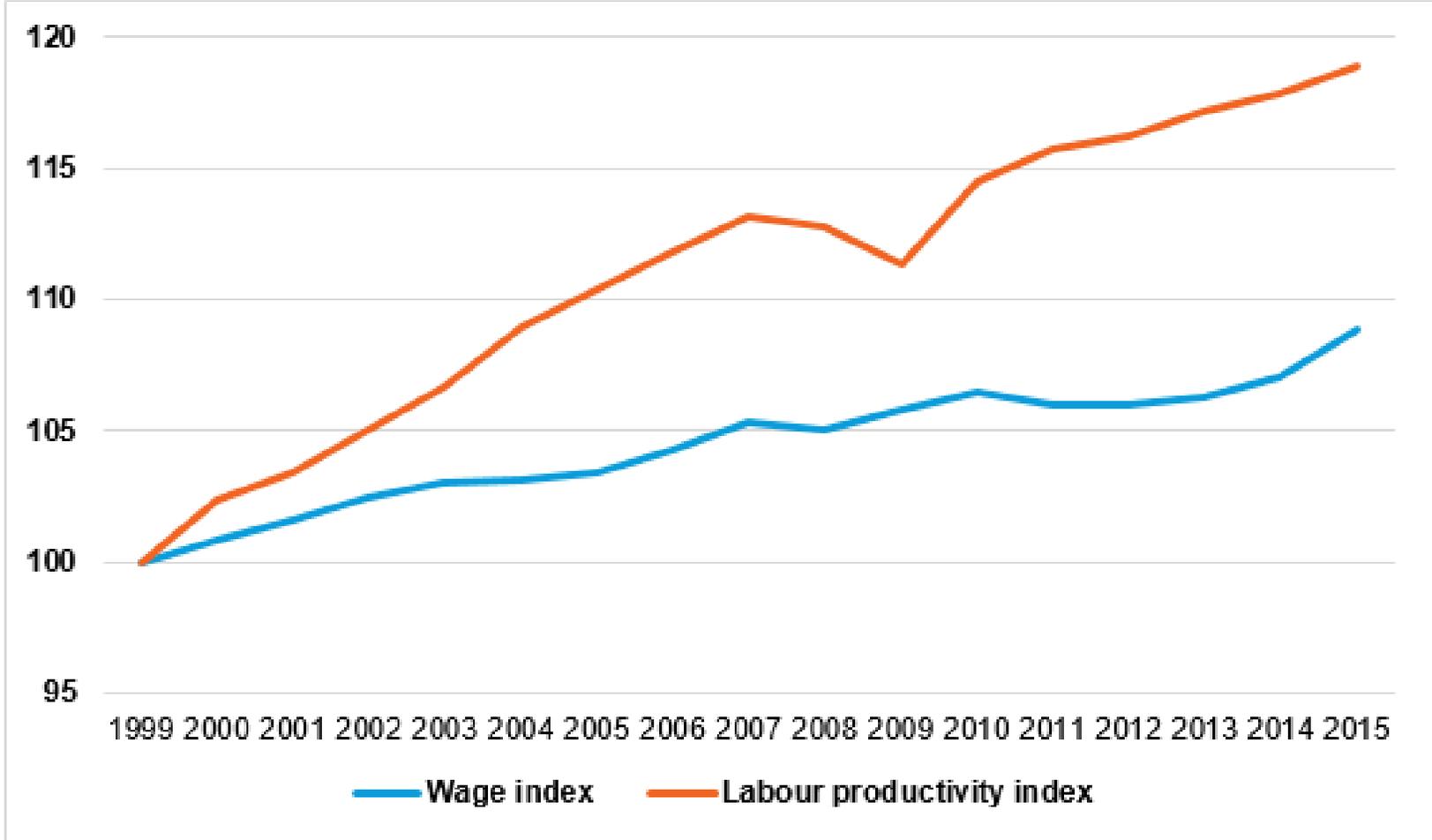
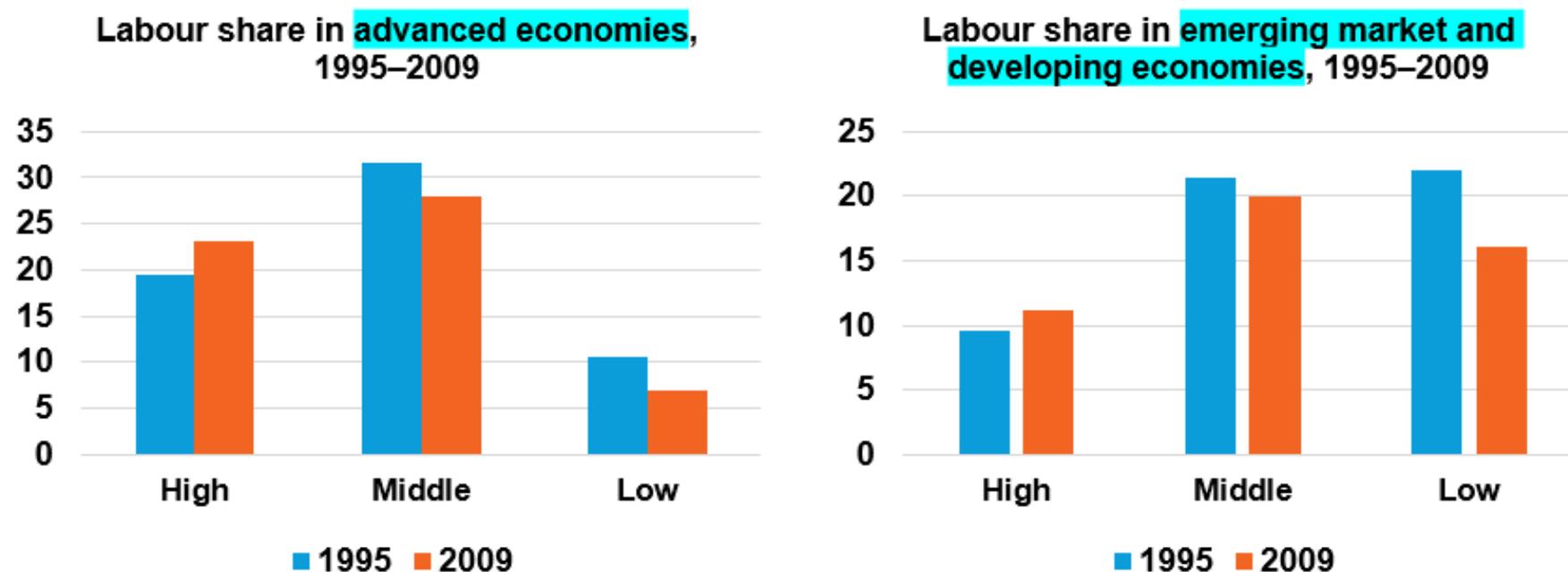


Figure 7: Growth in average real wages and labour productivity in developed economies, 1999–2015 (index: 1999 = 100)



Source: Figure 11 from ILO. (2016). *Global Wage Report 2016/17: Wage inequality in the workplace*. <http://www.ilo.org/global/research/global-reports/global-wage-report/2016/lang--en/index.htm>

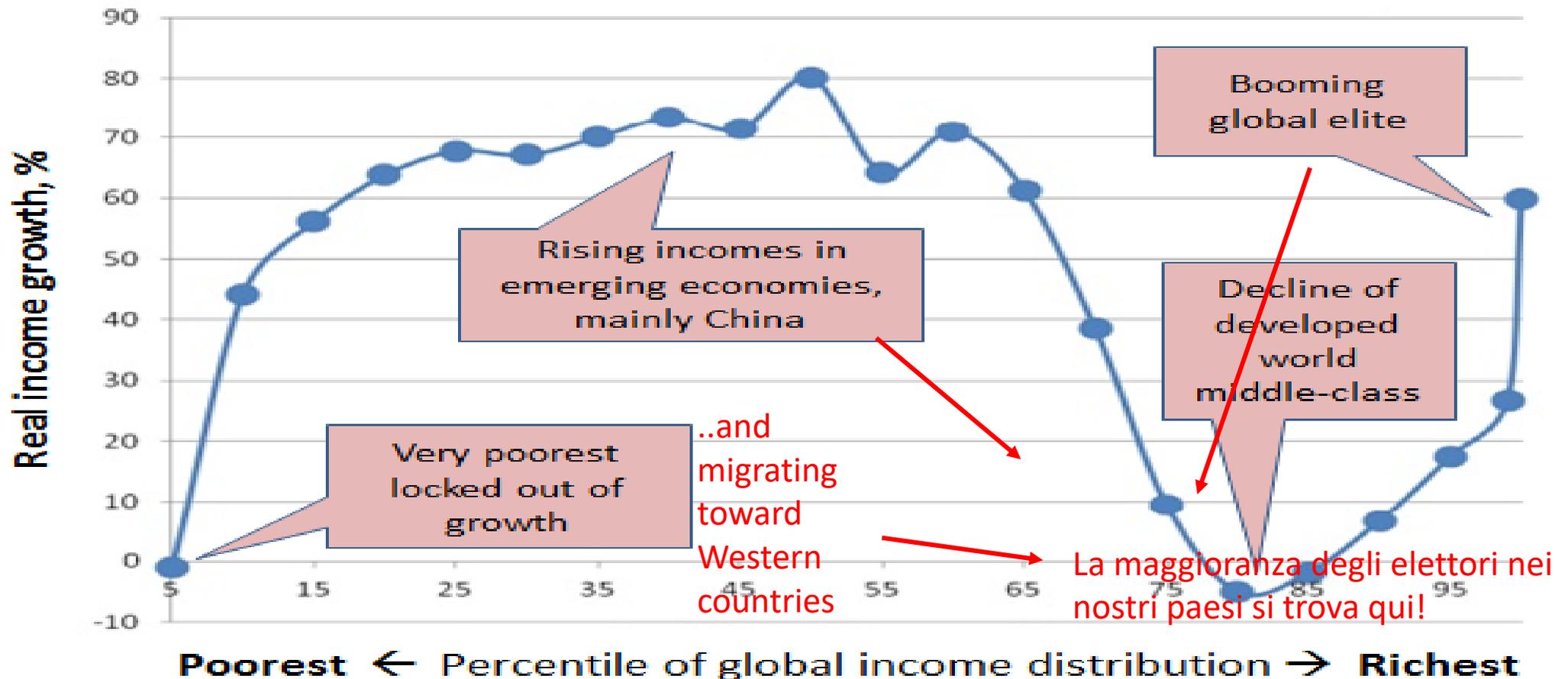
**Figure 11: Labour share in advanced and emerging market and developing economies for high-, middle- and low-skill workers, 1995–2009 (percentage)**



Source: World Input-Output Database; and IMF staff calculations. Reproduced from IMF (2017).

# Globalizzazione, il grafico ad elefante di Milanovic e il successo del populismo

**Global income growth from 1988 to 2008**



# L'obiettivo di ogni imprenditore e il contesto attuale

- Diversificare il prodotto, innovare per generare vantaggi competitivi, estrarre il surplus dei consumatori imparando a conoscere la loro disponibilità a pagare...
- I cittadini sono cercatori di senso: non cercano prodotti per sfamarsi ma per soddisfare bisogni superiori...(senso della loro vita, qualità vita di relazioni)
- La concorrenza globale con il lavoro a basso costo ha prodotto una polarizzazione della società (i low skilled arretrano e cercano il low cost, gli high skilled prodotti più sofisticati per i quali sono disposti a pagare)
- Sostenibilità, salute, bio, stili di vita, informazione, tracciabilità diventano fattori competitivi per soddisfare esigenze secondo gruppo

La formula della relatività del voto col portafoglio

Voto col portafoglio x prodotto  
ambientalmente sostenibile se..

$$\pi b + a - c > 0$$

- $b$  = beneficio per chi vota generato dal cambiamento prodotto nelle imprese e nel sistema economico
- $a$  = soddisfazione altruistico-generativa del votare (zero per chi non è sensibile)
- $c$  = il costo del votare col portafoglio (differenziale di prezzo tra prodotto «etico» e prodotto standard)
- $\pi$  = quota di quanti votano (contenuta tra 0 (nessuno vota) e 1 (tutti votano))

# L'uomo incapace di relazioni di qualità è socialmente dannoso

- « Il tuo grano è maturo, oggi, il mio lo sarà domani. Sarebbe utile per entrambi se oggi io... lavorassi per te e tu domani dessi una mano a me. Ma io non provo nessun particolare sentimento di benevolenza nei tuoi confronti e so che neppure tu lo provi per me. Perciò io oggi non lavorerò per te perché non ho alcuna garanzia che domani tu mostrerai gratitudine nei miei confronti. Così ti lascio lavorare da solo oggi e tu ti comporterai allo stesso modo domani. Ma il maltempo sopravviene e così entrambi finiamo per perdere i nostri raccolti per mancanza di fiducia reciproca e di una garanzia.» (Hume Trattato sulla natura umana, 1740, libro III).

# Esempi di applicazione al settore agricolo oggi

- Melinda, CoproB, Conserve Italia, Opera

Vs

Produttori di nocciole nel casertano, di arance a Caltagirone, agricoltori nel salernitano..

Il segreto della ricchezza delle regioni è capitale sociale ma fiducia è rischio e non è facile da costruire



# Il circolo virtuoso del buon governo....



# Domanda numero uno nelle scienze sociali: come si crea capitale sociale ?

- Suscitare meritevolezza di fiducia è più importante che fidarsi
- Comprare reputazione di lungo periodo con dono di breve periodo (G. Akerlof, gift exchange)
- Creare giochi a somma positiva per rendere più facile la produzione di capitale sociale (somma positive non solo in termini economici ma anche di motivazioni intrinseche (autonomia, apprendimento, generatività, sfide)
- Quali sanzioni ? Seconda opportunità ma sospensione della fiducia se persiste l'asimmetria nel dare
- Acceleratori di capitale sociale ( meccanismi di creazione di fondazioni di comunità di Fondazione con il Sud)
- Narrative sul social capital per produrre cultura in tal senso
- Beni relazionali aumentano i costi per la violazione del capitale sociale e quindi rendono più stabile il capitale sociale

# La risposta finale alla ricerca di senso è la generatività (desiderare, far nascere, accompagnare, lasciar andare)

**Generatività Biologica: mettere al mondo figli**

**Generatività parentale: partecipazione a crescita ed educazione figli**

**Generatività sociale: lavorare per costruire capitale sociale e il tessuto della società civile**

**Generatività politica: lavorare per costruire soluzioni per il paese**

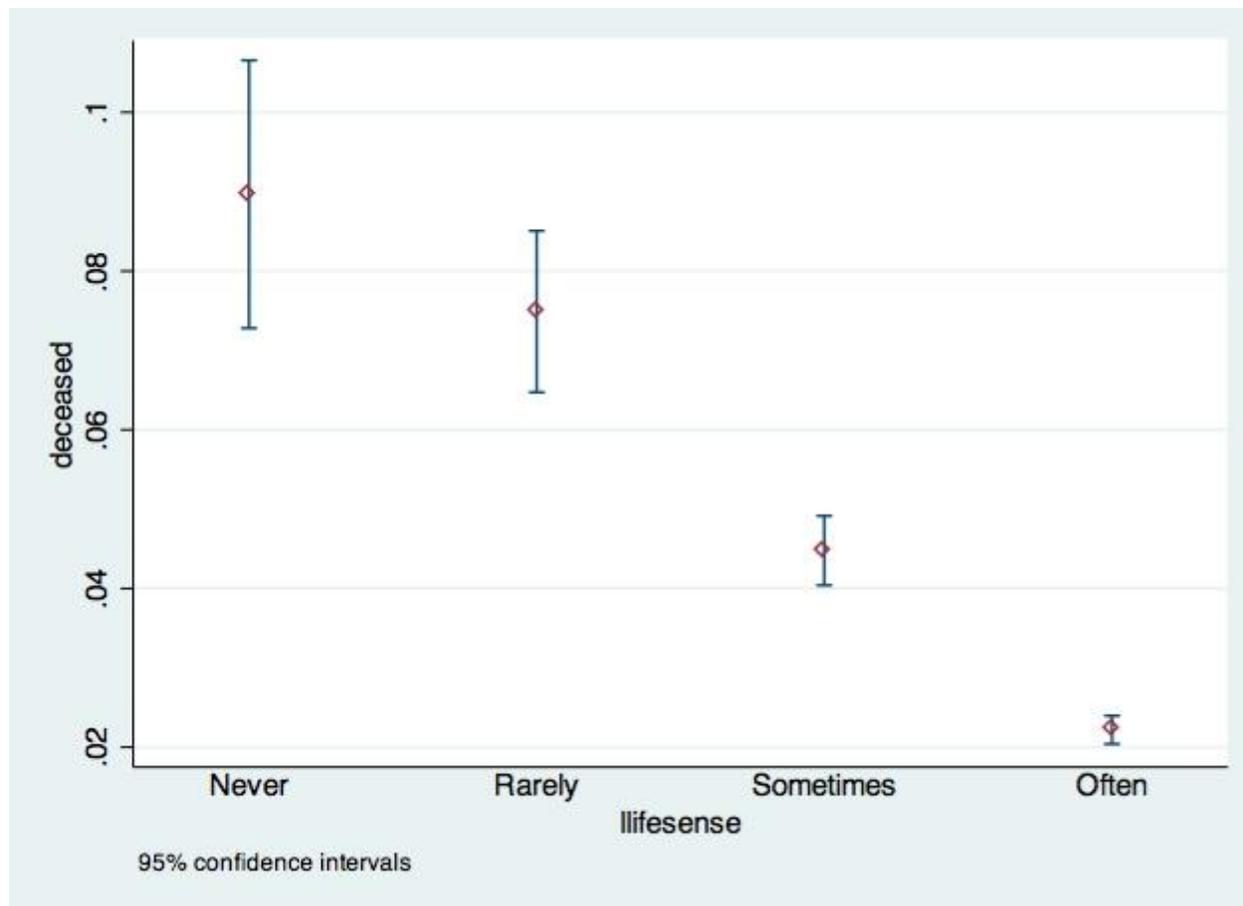
**Generatività nell'economia civile: favorire una creazione di valore economico socialmente ed economicamente sostenibile**

**Generatività culturale: lavorare per produrre idee guida che possano favorire la generatività**

**Generatività spirituale: aiutare le persone nella ricerca di senso, nel percorso di fede e nella connessione con la dimensione dell'Assoluto**



# La correlazione tra senso della vita e mortalità



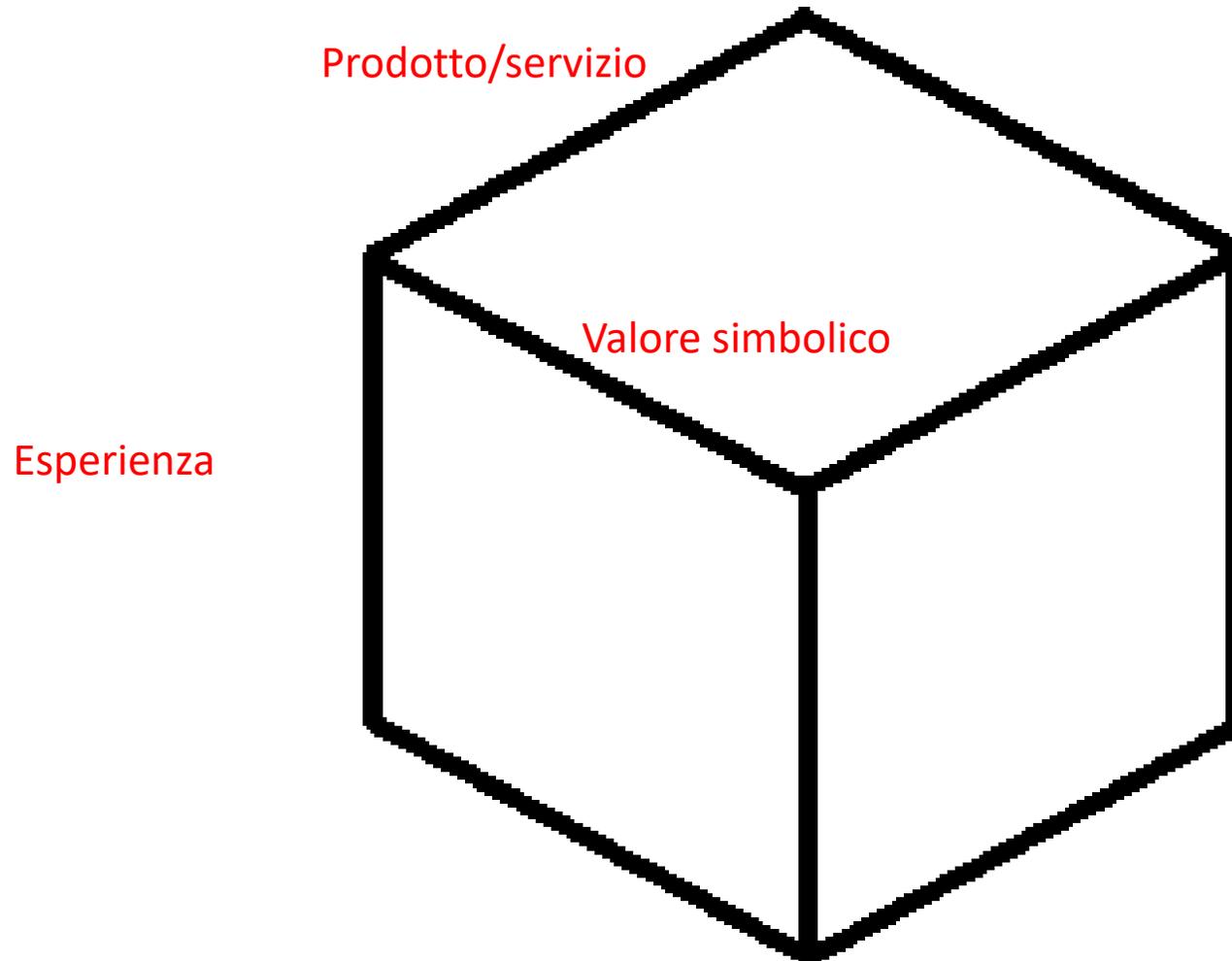
	Vecchio paradigma	Paradigma economia civile
<b>Individui</b>	Massimizzatori di utilità	Cercatori di senso
	Miopemente autointeressati, idioti sociali, incapaci di risolvere dilemmi sociali generando superadditività	Abbinano preferenze sociali ad autointeresse, capaci di risolvere dilemmi sociali generando superadditività
<b>Imprese</b>	Massimizzatrici di profitto	Creatrici di valore aggiunto per gli stakeholders
	Povere nella produzione di senso e di impatto sociale	Ricche nella produzione di senso e di impatto sociale
<b>Valore</b>	PII	BES o stock beni spirituali, relazionali, economici, ambientali di cui una comunità può godere su un territorio

	Vecchio paradigma	Paradigma economia civile
Dinamica della politica economica	A due mani: mercato e stato risolvono i divari tra risultato sociale migliore possibile e risultato senza intervento	A quattro mani: cittadini attivi e imprese responsabili coadiuvano stato e mercato nel colmare i divari tra risultato sociale migliore possibile e risultato senza intervento
Fine della politica economica	Colmare divari su variabili oggettive (PIL, occupazione)	Colmare gap di generatività e povertà di senso (tra risultato sociale migliore possibile e risultato senza intervento) creando le condizioni migliori per il raggiungimento dell'ottimo (concetto che coincide con quello di bene comune)
Generatività della politica economica	Scarsa xchè tutto demandato a pianificatori benevolenti. Cittadini e imprese non partecipano e dunque non hanno occasioni di generatività	Piena xchè offre occasioni di ricchezza di senso e di generatività a cittadini e imprese

# Bene comune (quante somiglianze con art.3 Costituzione)

- "Il bene comune consiste nell'insieme di quelle condizioni sociali che consentono e favoriscono negli esseri umani lo sviluppo integrale della loro persona" (Giovanni XXIII, Mater et magistra, n. 51, anno 1960).
- Il bene comune è ... "l'insieme di quelle condizioni della vita sociale che permettono, sia alle collettività sia ai singoli membri, di raggiungere la propria perfezione più pienamente e più celermente" (Concilio Vaticano II, Costituzione "Gaudium et spes", n. 26, anno 1965)
- Art. 3 Costituzione "E` compito della Repubblica rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale, che, limitando di fatto la libertà e l'eguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l'effettiva partecipazione di tutti i lavoratori all'organizzazione politica, economica e sociale del Paese ". È esattamente il concetto di bene comune

# Suggerimenti micro x creazione valore e disp. a pagare: tridimensionalità dei beni/servizi del futuro



Disponibilità a pagare per

- Salute
- Uso del tempo (cena, tempo di viaggio al punto vendita)
- Generatività
- Qualità relazioni
- Sostenibilità ambientale

# I tre imperativi di ogni produttore in ogni settore

- Diversificare il prodotto, creare nuovi monopoli (vantaggi competitivi) attraverso innovazione, estrarre il surplus del consumatore
- In agricoltura sostenibilità ambientale, tracciabilità, trasparenza, nazionalità prodotto, salute, prodotti speciali (kosher, low salt, bio dop) diventano dimensioni nuove su cui realizzare questi tre imperativi riducendo i rischi connessi alla scarsa responsabilità ambientale
- Si può innovare su tre dimensioni oggi: prodotto, simboli connessi, esperienza
- Le scelte non sono sempre razionali: comunicare emozionando è altrettanto importante che informare

- Cereal docks (filiera certificata italiana)
- Parmigiano kosher, low salt, bio dop da prati stabili
- NoStrano estratto grezzo di barbabietola di Italia Zuccheri (CoproB)

# Rimuovere ostacoli per chi il lavoro lo può creare

OBIETTIVI	STRUMENTI
Ridurre i tempi della giustizia civile che scoraggiano creazione d'impresa e di lavoro e ne aumentano i costi	Telematizzazione, accorpamento udienze, degiurisdizionalizzazione cause meno importanti, semplificazione dispositivo sentenze, dissuasione giudizi dilatori
Aiutare le piccole imprese a ridurre i costi della burocrazia	Small Business authority e/o trattamento differenziale su regole compliance e appalti
Stimolare una “fuga verso la qualità” favorendo l'aumento della qualità del capitale e del lavoro per contrastare la spinta alla dequalificazione e precarizzazione del lavoro	Superammortamento ed altri incentivi mirati all'acquisto di nuovi beni capitali e di manodopera qualificata In questa seconda fase più enfasi sulla formazione del lavoratore
Favorire l'accesso alle fonti di finanziamento per le imprese	Favorire la biodiversità finanziaria offrendo una gamma diversificata di opportunità per le PMI che hanno più difficoltà di accesso (banche etiche, cooperative di territorio, microfinanza ex. art 111, PIR, fondi impact)

# Invertire la rotta di un sistema che crea la corsa al ribasso sui costi del lavoro e ne distrugge la dignità

<b>OBIETTIVI</b>	<b>STRUMENTI</b>
Stimolare l'informazione sulla tracciabilità e qualità di lavoro dei prodotti	Spazi espositivi di informazione disponibili ai cittadini
Favorire la scelta informata di consumatori e risparmiatori	Creare una labour dignity footprint per avviare un percorso simile a quello della carbon footprint avviato a istituzioni etiche (chiese, fondazioni, istituzioni pubbliche)
Politiche fiscali premiali per la dignità del lavoro	Rimodulare le tasse sui consumi a costo zero per le finanze pubbliche premiando/penalizzando le filiere ad alta/bassa dignità del lavoro

# Ridare dignità agli scartati e agli esclusi favorendo il renserrimento nel mondo del lavoro (per lo stato)

<b>OBIETTIVI</b>	<b>STRUMENTI</b>
<b>Sostegno d'inclusione attiva</b>	<b>Finanziamento da 1,7 a 7 mld per raggiungere tutti coloro sotto soglia povertà</b> <b>Verifica dell'efficacia delle misure sulla presa in carico</b>  <b>Maggiore efficienza nell'analisi dei requisiti dei beneficiari</b>  <b>Valutazione impatto sociale e sostenibilità economica dei servizi di presa in carico ed inclusione</b>
<b>Estendere le migliori pratiche di lavoro in carcere per abbattere la recidiva carceraria e promuovere occupabilità ex detenuti</b>	<b>Progetti pilota e contratti con la PA fondati sulla distribuzione dei dividendi della riduzione della recidiva</b>

- Regole della buona impresa (ex Be comitato etico) per favorire razionalità cooperativa anche interna
- Valutazione socioambientale dei progetti finanziati (ottica contro riduzionismo valore)..è anche utile ai fini riduzione sofferenze (es Intesa anche)
- I fondi etici.risultati ed importanza
- Cose migliori da fare alla luce dei risultati buone pratiche
- SIB

- Spesa pubblica intelligente e ad alto moltiplicatore: superammortamento, (eco-,sisma-)bonus ristrutturazione edilizia, voucher universale servizi alla famiglia e alla persona
- Abbattimento tempi giustizia civile, banda ultra larga
- Quota fissa PIR (piani individuali di risparmio) a PMI non quotate via fondi chiusi, fondi impact, basket bonds e equitycrowdfunding
- GreenConsumptionTax, SocialConsumptionTax per combattere dumping socioambientale
- Rinforzare rapporto formazione-lavoro, formazione professionalizzante, competence center
- Rinforzare la biodiversità bancaria
- Fondo di garanzia per social impact finance e operazioni di public-private partnership
- Rifinanziamento fondo di garanzia per le PMI
- Reddito inclusione da 2 a 7 miliardi x portare almeno a soglia povertà tutti coloro che sono sotto promuovendo ricerca lavoro
- Appalti con criteri minimi sociali e ambientali e non al massimo ribasso
- Regole fiscali che valorizzino competitività dei territori e loro sostenibilità culturale e ambientale

- GreenSocialConsumption tax
- Armonizzazione fiscale, lotta ai paradisi fiscali interni
- Pilastro sociale europeo in aiuto alle reti di protezione universale nazionali
- Occupazione come obiettivo nello statuto della BCE (come per la FED)
- Fondo di garanzia per social impact finance e operazioni di public-private partnership
- Rinforzare la biodiversità bancaria
- Campagna comunicazione sul positivo dell'Europa

# L'Europa per il buon lavoro (1)

- Armonizzazione fiscale ed abolizione paradisi fiscali interni
- Uso della massa critica UE per tassazione giganti digitali
- Forme di mutualità del debito in un percorso progressivo che aumenti fiducia e meritevolezza di fiducia tra i paesi membri
- BCE con focus esplicito su occupazione come la FED